SECTION

COIFFURE



Cheveux blancs: comment prendre soin de vos cheveux blancs

Que l'on soit un homme ou une femme, les cheveux blancs et gris ne sont pas toujours un signe de vieillesse. Faut-il les assumer ou faire une coloration naturelle pour les couvrir? Quel entretien nécessitent-ils? Quelle coiffure choisir? Vos témoignages et nos éclairages dans notre dossier.


Abaca



Express Yourself

"Difficile de s'habiller quand on a les cheveux poivre et sel"



Les cheveux blancs n'embarrassent pas notre contributrice Cleraco. Mais elle préfère les colorer car ils perturbent son style vestimentaire. Témoignage.

Cheveux blancs: "Un jour, j'en ai eu marre des colorations"



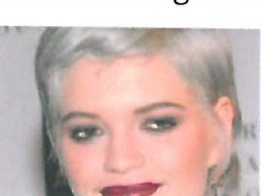
Faut-il assumer l'effet poivre et sel ou le cacher sous une teinture? Signe que le sujet est sensible, les réactions sont vives dans les commentaires du club *Mes cheveux, ma bataille*. Morceaux choisis.

Express Yourself



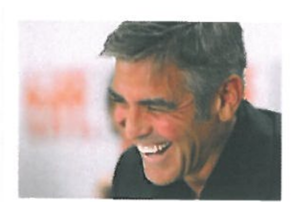


Les cheveux gris reviennent à la mode



L'actu fardée en quelques brèves.

Assumez vos cheveux gris!



Les marques de beauté incitent les hommes à assumer leurs cheveux gris-blancs se multiplient. L'historienne Valérie André nous explique pourquoi ils séduisent.







Cheveux blancs: "J'ai peur de paraître 10 ans de plus en arrêtant les colorations"



Assumer sa couleur de cheveux naturelle après l'avoir cachée pendant des années n'est pas facile, juge notre contributrice Elinor. Elle confie avoir peur des réactions des autres face à un changement si radical. Témoignage.

Express Yourself

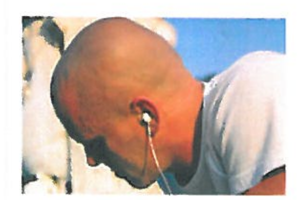
"J'ai attendu de devenir grand-mère pour passer aux cheveux blancs"



Carmen-D a arrêté de se colorer les cheveux à 65 ans. Aujourd'hui ravie, elle explique comment elle est passée du blond au blanc.

Express Yourself

"J'ai les cheveux poivre et sel et la calvitie comme seul horizon"



Les premiers cheveux blancs et, bientôt, les derniers cheveux tout court... Quand notre contributeur CedricNoury pense à ses tourments capillaires, il a l'impression qu'on lui "frotte une plaie à peine guérie avec des grains de sable". Témoignage.

Assumez-vous vos cheveux blancs?



Au féminin comme au masculin, les cheveux gris ne sont pas toujours un signe de vieillesse. Et vous, préférez-vous les garder au naturel ou les cacher?

Messieurs, osez colorer vos cheveux blancs!



Vos cheveux blancs vous gênent? Voici nos conseils pour une coloration naturelle au masculin, adaptée au degré de blanchiment de votre chevelure.

---

10 personnalités aux cheveux poivre et sel

Plutôt que de recouvrir totalement leurs cheveux blancs, ces personnalités ont succombé à la tendance poivre et sel. Pari réussi!

à la tête DU CLUB

Géraldine	Élodie
Journaliste	Journaliste
Justine	**Marion**
Testeuse	Blogueuse



les membres DU CLUB

Publié le 13 mai 2013 à 08h24 | Mis à jour à 08h24

Les cheveux blancs en voie d'extinction?



Des chercheurs ont découvert que les personnes aux cheveux blancs sont victimes d'un «important stress oxydatif» passant par l'accumulation de peroxyde d'hydrogène dans les follicules du cheveu, ce qui entraîne le blanchiment de ce dernier.
Photo RelaxNews

RelaxNews
Des scientifiques seraient en passe de mettre au point un traitement contre l'apparition des cheveux blancs, ce qui pourrait simplifier la vie de bon nombre de personnes qui recourent à des teintures pour cacher ce signe extérieur de vieillissement.

Des chercheurs des universités de Arndt en Allemagne et de Bradford au Royaume-Uni ont découvert que les personnes aux cheveux blancs sont victimes d'un «important stress oxydatif» passant par l'accumulation de peroxyde d'hydrogène dans les follicules du cheveu, ce qui entraîne le blanchiment de ce dernier.

Cependant, l'équipe de chercheurs spécialisés dans le vitiligo a découvert un remède local contenant «un composé activé par les UVB appelé PC-KUS», selon un communiqué universitaire. Ce traitement breveté inverserait le processus de blanchiment des cheveux, et pourrait aussi s'avérer efficace contre le vitiligo, une maladie qui entraîne la dépigmentation de la peau.

Cette étude a été menée sur un groupe de 2411 patients atteints de la maladie à travers le monde. Leurs résultats sont parus dans la revue en ligne *The FASEB Journal*.

«Depuis des générations, de nombreux remèdes ont été concoctés pour cacher les cheveux blancs, mais aujourd'hui, pour la première fois, un traitement qui prend le problème à sa racine est en cours de développement», a noté Gerald Weissman, rédacteur en chef du *FASEB Journal*. «C'est une bonne nouvelle, mais c'est encore plus excitant de se dire que ce traitement marche aussi sur le vitiligo».

Et d'ajouter à propos de cette maladie, «ce trouble, bien que techniquement cosmétique, peut avoir des effets socio-émotionels importants sur les personnes touchées».

ouestfrance-entreprises.fr



Actualité

Mercredi 03 avril 2013

La coiffure produit 162 tonnes de déchets dans les Côtes-d'Armor

La chambre de métiers sensibilise les coiffeurs au développement durable. Le département compte 683 salons. Pas si anodin…



« 162 tonnes de déchets, dont 22 tonnes de déchets dangereux sont produites par an par les 683 entreprises de coiffure installées dans les Côtes-d'Armor. » C'est le constat dressé par Fanny Le Louet, chargée de l'environnement au sein de la chambre régionale de métiers et de l'artisanat qui organise une sensibilisation au développement durable dans cette profession, en partenariat avec la fédération régionale de la coiffure.

Réduire la facture d'eau

La réduction de déchets passe par la mise en œuvre de **« bonnes pratiques de gestion et de prévention au travers de gestes simples de bon sens et d'optimisation »**. Se pose notamment le problème du stockage des déchets toxiques. Yvan-Pierre Mell, coiffeur, estime que la **« mise en place d'un partenariat avec les communautés d'agglomération ou de communes serait la meilleure solution ». « Une démarche est en cours pour que l'accès aux déchetteries publiques soit autorisé aux artisans »**, signale Céline Albagli, coordinatrice régionale.

Autre préoccupation dans la profession : réduire les factures d'énergie et d'eau. La baisse des coûts passe par l'installation de petits équipements (économiseurs, délesteurs, programmateurs…), des achats de matériels non énergivores, une isolation efficace et… par des gestes de bon sens.

La profession enregistre trois fois plus de maladies professionnelles que les autres activités. Engager une démarche de réflexion et de prévention s'avère donc incontournable pour le mieux-être des salariés, mais également de l'artisan employeur. Ce que permet déjà l'élaboration du document unique de prévention des risques, rendu obligatoire par la législation. Un accompagnement et des aides financières sont possibles. Des matinées de sensibilisation sur ce sujet ainsi que sur l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite, seront organisées à l'échelle du département.

MAROS Yvon

Réagissez ou posez votre question

Nom : * Anonyme

Email : *

SALON MAGAZINE SPÉCIAL HOMMES

Clientèle masculine : les avantages

Les hommes ont beaucoup à apporter à votre salon. Voici quatre excellentes raisons de les courtiser...

Les hommes sont généralement plus fidèles que les femmes.... côté salon.

Alors que les services pour hommes changent de jour en jour, il est clair que cette clientèle évolue et qu'elle ne recherche pas nécessairement la même chose que les femmes. Quelques pros du ciseau au masculin nous livrent ici leurs commentaires et conseils.

1. Fidèles et prévisibles

Ce qui intéresse les femmes et retient leur attention peut varier, mais les hommes reviennent si le service est parfaitement à la hauteur. « Mes clients sont généralement plus fidèles que les filles à leur coiffeur et prennent le prochain rendez-vous en repartant », explique Martin April, proprio du salon Léopold dans le quartier Villeray, à Montréal.

Matt Sacchitiello, styliste au salon Crow's Nest de Calgary, ajoute : « Il y a deux types de clients masculins : ceux qui viennent une fois ou deux par année, et ceux qui viennent toutes les trois semaines. On sait qu'on va les revoir. Pour ce qui est des femmes, parfois elles viennent tous les mois, parfois juste pour une coloration ou juste une coupe. » Les filles donnent donc du fil à retordre côté assiduité...

2. Oui aux produits

Matt affirme également que les hommes achètent davantage de produits en salon, lors de la consultation. « Crow's Nest propose moins de produits qu'un salon, et bien des hommes aiment acheter ce qu'ils aiment chez nous plutôt que d'aller qu'ailleurs. » Martin, pour sa part, affirme que les hommes reviennent religieusement racheter un produit qu'ils ont aimé, sans se faire prier. « Gardez leurs produits préférés en stock », souligne-t-il.

3. Le prochain rendez-vous

Les hommes viennent non seulement plus souvent, mais on sait également quand ils vont revenir. Phillip révèle sa technique de prise de rendez-vous à l'avance : « Lorsque le client est à la caisse, dites-lui : "Voici votre prochain rendez-vous. Vous pouvez l'annuler ou le retarder, mais un rendez-vous est prévu pour vous." Dans 90 pour cent des cas, ils l'acceptent, c'est comme ça. » Le suivi est tout aussi important. Chez Chrome, les confirmations par texto ou courriel sont essentielles. « Les gens ne répondent plus au téléphone, et l'appel va dans leur boîte vocale », dit Phillip.

4. C'est « tendance »

Jon Roth, qui a toujours été barbier, a commencé au Crow's Nest pour combler les lacunes qu'il voyait côté coupe et coiffure pour hommes. « Autrefois, les stylistes employaient les techniques pour femmes sur les hommes, et ces derniers ne se souciaient pas vraiment de l'apparence de leurs cheveux. Maintenant, ils s'intéressent beaucoup plus à leur leur look. »

Pour Martin, qui a suivi la formation du barbier classique à ses débuts en carrière, le retour aux grands classiques est un pur bonheur. « On voit des séparations bien nettes avec le visage dégagé. Un style qui convient aux cheveux courts ou plus longs. ». S



Optimiser l'effet des produits coiffants

Phillip Elliott remarque que 90 pour cent de ses clients n'utilisent pas de séchoir. Alors pourquoi ne pas coiffer les hommes comme ils se coifferaient eux-mêmes?

« Montrez à vos clients comment vraiment déposer le gel dans leurs cheveux après le shampoing, lorsqu'ils sont encore humides. Une fois secs, on adoucit la raideur du gel en ajoutant un soupçon de pommade ou d'argile. Ça donne un look "peigné avec les doigts" très sexy, avec la même structure et tenue que si on s'était servi du séchoir », conclut Phillip.

TEXTE : VALERIE LAM ET YASMIN GROTHÉ, COIFFURE ET STYLISME : CAFFERY VANHORNE, PHOTO : PETER TAMLIN

Chez Saco Drummond, on est dans le haut de gamme avec de grandes surfaces de marbre et des fauteuils Maletti.

Avec adresse



D'immenses miroirs reflètent la lumière naturelle.

Alain Pereque est maintenant aux commandes d'un tout nouveau salon Saco au centre-ville de Montréal.

Texte : Yasmin Grothé

Après avoir été propriétaire de salon à de multiples reprises au cours de sa longue carrière de styliste émérite (il s'est mérité deux Contessas au cours des dernières années), Alain Pereque récidive avec une nouvelle enseigne en plein centre-ville de Montréal. Cette fois, il s'associe avec Saco, une entreprise dédiée à la formation en coiffure d'origine Britannique et mise sur pied par Richard Ashworth.

Abritant précédemment un autre salon haut de gamme, la nouvelle enseigne Saco sur la rue Drummond sous la gestion de Alain Pereque a ouvert ses portes l'automne dernier. « Je suis absolument ravi des résultats. Dès nos premières semaines, on a senti un réel engouement de la part de la clientèle pour tous les services que nous offrons ici, de la coloration au massage, en passant par les soins des ongles, affirme Alain. D'ailleurs, nous sommes encore à la recherche de personnel qualifié pour se joindre à notre équipe. » Avis, donc, aux intéressés... S

Les détails
Propriétaires : Alain Pereque, en partenariat avec Saco
Design : Lanvain
Espace : 2 700 pieds carrés

L'équipe
8 stylistes
6 coloristes
1 esthéticienne
1 manucuriste
1 réceptionniste

Les marques
L'Oréal Professionnel
Moroccanoil
OPI
Pureology
Saco
Shu Uemura

PHOTOS : ARA SASSOONIAN

3568

Actus, émissions, vie étudiante...



3568

Actualité Vie Étudiante MCE et vous MCE Replay Initiatives BDE

Dossier MCE > Campus

Tweeter J'aime

Coiffeur, un job toujours très apprécié

Le 16 mars 2013 à 13:30



Formation courte, bonnes rémunérations et forte demande font de cette profession un créneau fiable. Si vous êtes capable de vous tenir constamment au courant des tendances nouvelles et si vous êtes habile de vos mains, ce métier pourrait être fait pour vous

On peut affirmer avec certitude que tant que les gens auront les cheveux qui poussent, on aura besoin de coiffeurs ! Le métier de coiffeur attire d'ailleurs toujours autant de professionnels. D'après les chiffres 2011 transmis par *Le Parisien*, la profession représente environ 160 000 personnes actives soit 110 000 salariés répartis sur plus de 7 000 salons en France. Avec à la clef un chiffre d'affaires juteux de 6 milliards d'euros

Quant aux écoles de coiffures elles ne désemplissent pas avec environ 37 000 étudiants inscrits dans ces établissements. Le grand avantage de la formation de coiffure est qu'elle supporte l'alternance et surtout s'étale sur deux petites années seulement.

Quelle formation suivre ?

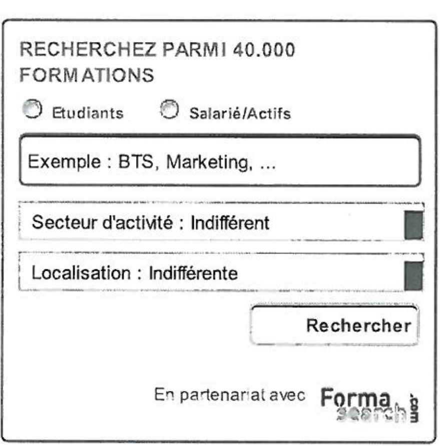
Idéale pour tous ceux qui veulent entrer au plus vite dans la vie active avec en main un métier qui leur plaisent, l'activité de coiffeur exige l'obtention d'un CAP coiffure. Ce diplôme est délivré en Centres de Formation d'Apprentis qu'on intègre au terme d'un cycle en lycée pro ou en école privée (école Saint-Louis, Lineane, ABC d'Hair etc).

Vous pouvez également passer par un Brevet Professionnel coloriste permanentiste, ou styliste visagiste mais aussi plusieurs bac pro dont perruquier-posticheur mais aussi des Brevets de Maîtrise pour ceux souhaitant prendre la direction de la gestion de salon.

Où exercer et pour combien ?

Vous pouvez choisir d'exercer en salons *low cost* (Tchip), hauts de gamme (Alexandre de Paris), franchisés (Franck Provost) ou encore indépendants tout comme choisir de travailler en tant que coiffeur à domicile.

Sachez que les salons indépendants rassemblent 90 % des activités du secteur et comptent pour 65 % du chiffre d'affaires global. Mais gare à la concurrence : certaines régions comme l'Ile-de-France ou encore la région Rhônes-Alpes sont déjà



pleines à craquer de ce type d'établissements.

Le profil type du coiffeur ? Une coiffeuse ! La moyenne d'âge de ce métier est jeune avec 32 ans, d'après le Cnec. Côté rémunération, il vous faudra tabler sur 1 370 € en tant que débutant pour atteindre 1 600 € avec de l'expérience Coiffeurs formateurs et responsables de salons toucheront pour leur part entre 1 814 € et 2 704 € mensuels maximum, primes incluses.

T.C.

Source : aujourd'hui étudiant

Articles liés



Classement : le lycée musulman Averroès fier d'être premier

L'établissement privé musulman de Lille est arrivé premier au classement des lycées du Nord-Pas-de-Calais. Une place qui fait la fierté de [...]

Lire la suite

0

L'Émission du jour

Jeux Concours

À gagner en ce moment sur MCE TV

Du 3 Avril 2013 au 18 Juillet 2013
107 incroyables paniers garnis avec "Destination 107"

Du 11/03/2013 au 11/05/2013
1 voyage UCPA

Du 08/03/2013 au 22/03/2013
10 places à faire gagner pour le concert de Kanka

Voir tous les jeux concours

Tweets


RT @mce_tv: @booba prévoit un featuring avec Jay-Z et un autre avec @chrisbrown http://t.co/5uCi9haObP


RT @mce_tv: Classement : le lycée musulman Averroès fier d'être premier http://t.co/7Pgt0mRwWk

RT @mce_tv: @booba prévoit un featuring avec Jay-Z et un autre avec @chrisbrown http://t.co/5uCi9haObP

Actualités des franchises et autres réseaux
Le 25/03/2013

La franchise de coiffure accélère son développement à l'international



Le réseau de franchise Dessange lancé en 1975 annonçait en mars 2013 **une accélération de son développement international** et affichait des résultats 2012 en hausse de 14 % par rapport à l'année précédente. Un nouveau tournant pour cet acteur du marché de la beauté en réseau.

Le premier réseau de coiffure développé en franchises

Après avoir ouvert son premier salon en 1954, Jacques Dessange a permis au groupe de coiffure de se développer en étant le premier à mettre en place, **dès 1975, le système de franchise dans ce secteur**. L'arrivée à maturité en France de la marque Dessange (avec plus de 210 salons) a été contrebalancée par le développement de la marque Camille Albane dès 1993 (avec plus de 220 salons pour un objectif à terme de 300 unités).

Des chiffres prometteurs

Avec un chiffre d'affaires 2012 de 61 millions d'euros en hausse de 14 % par rapport en 2012, un volume d'activité cumulé d'un milliard d'euros et la présence de 2000 salons franchisés dans plus de 40 pays... l'enseigne de coiffure Dessange International se positionne comme le leader du marché de la coiffure haut de gamme dans le monde. Des résultats que la tête de réseau met en relation avec la performance de ses trois réseaux de marques (Dessange Paris, Camille Albane et Fantastic Sams) et la bonne orientation de ses activités de diversification (produits

internes, des licences). La hausse de 14% du volume d'affaires s'établit sur les trois activités du groupe qui sont les activites salons et succursales (26 % du chiffre d'¦affaires) et franchises (51 % du chiffre d'affaires en hausse de 37 %) ; les produits en propre (19%) et les licences (4 %).

De nouvelles perspectives de développement pour le réseau

Pour Benjamin Dessange, le président du directoire de Dessange International, **ce nouvel exercice symbolise la poursuite de la croissance du groupe** et montre toute la pertinence de la conquête américaine pour l'enseigne de coiffure. Avec ces résultats, le réseau affirme concrètement son statut de "multinationale de poche" avec une mutation qui ne fait que commencer et des perspectives de développement favorables à sa propre gamme de produits. Pour l'exercice 2013, le groupe de coiffure va poursuivre le développement des franchises internationales tant pour Dessange que pour Camille Albane. Les pays visés sont les Etats-Unis, l'Europe, l'Amérique du Sud, la zone EMOA, le Japon et la Chine.

De belles ambitions pour l'enseigne aux Etats-Unis

Sur le territoire tout particulier des Etats-Unis, l'objectif est de passer d'ici 5 ans de 1200 à 2000 salons Fantastic Sams. L'intégration de ce nouveau réseau devrait servir de levier pour ouvrir, à 5 ans, 300 salons Camille Albane sur le territoire nord-américain et 30 salons Dessange. Le premier salon Camille Albane ouvrira d'ailleurs ses portes en avril 2013 et le flagship Dessange Paris a été relocalisé à Washington en janvier dernier avec une surface de plus de 600m2 et même un centre de formation.

N'hésitez pas à consulter les réseaux de franchise de coiffure et beauté qui sont en cours de recrutement et visionnez aussi nos vidéos sur les franchises de forme, santé, coiffure et beauté.

Commentaire(s)

Déposer votre commentaire

Aucun commentaire associé.
Soyez le premier à déposer votre commentaire.

- Actualité(s)
- Interview(s)
- Visite(s)
- Profil(s)

A lire également

Le consommateur devenu trop vigilant pour les détaillants

Marie-Eve Fournier . les affaires.com . 12-03-2013

Tags : Commerce, Commerce de détail, Dette, Essentiel-PME, ventes



Près de la moitié (47%) des consommateurs croient que leur pouvoir d'achat a diminué depuis un an, 82 % se qualifient de vigilants, 75 % sont méfiants envers les stratégies commerciales des détaillants et 72 % comparent les prix.

Ces statistiques sont loin d'être positives pour les ventes au détail, croit Jacques Pelletier, fondateur et président du conseil de **L'Observateur,** une entreprise de recherche marketing.

«La conséquence de cette vigilance, c'est la diminution des achats impulsifs, de tout ce qui est placé près des caisses, a-t-il mentionné à LesAffaires.com. Et quand on magasine de façon méfiante, on doute des prix, de la qualité.»

«Le client est méfiant et il se sent coupable [de ne pas voter, de ne pas s'engager dans la société, ce qui provoque indirectement la crise de confiance envers les institutions]. Ce sont deux obstacles que vous devez franchir», avait affirmé l'expert lors de sa présentation hier aux détaillants réunis dans le cadre du congrès annuel du **Conseil québécois du commerce de détail (CQCD)** qui se termine aujourd'hui.

Les commerçants doivent se battre contre un état d'esprit peu propice aux dépenses, à l'endettement élevé des consommateurs et aux perceptions … même quand elles sont erronées. C'est le cas du pouvoir d'achat, qui a plutôt augmenté de 0,7% au Québec, a mentionné Jacques Pelletier, pendant qu'il présentait les résultats d'un vaste sondage sur les habitudes de consommation réalisé pour le compte du CQCD.

«Le pire, dans tout ça, c'est que 39% des gens n'ont plus de *fun* dans nos magasins. C'est la gangrène qui nous guette. Pourtant, accueillir c'est simple comme bonjour et un client accueilli comme il le faut se sent plus à l'aise de dépenser.»

Forte pression sur les prix

Autre mauvaise nouvelle pour les détaillants: les consommateurs cherchent à moins dépenser. Comment? En consultant abondamment les circulaires (ce que font 81 % des Québécois), en privilégiant le «fait maison» (78%), en utilisant des coupons-rabais (59%), en achetant des biens d'occasion (49%) et en cherchant les aubaines sur le Web (33%). La pression sur les prix est donc très forte.

L'enquête de L'Observatoire révèle aussi que 45 % des Québécois ont diminué leur nombre de déplacements et que 39 % ont coupé dans leurs «dépenses plaisir».

«Ne cessez jamais d'interroger votre source de vie, c'est-à-dire vos clients. Ne les cherchez pas à droite et à gauche, il est toujours au centre. Et sachez qu'il change d'idée comme il change de chemise», a suggéré l'expert en marketing.

Ce sondage téléphonique a été réalisé en février 2013 auprès de 1000 Québécois. La marge d'erreur est d'au plus 3 %, 19 fois sur 20.

Afro, tresses et cie, les cheveux version 2013

Par Annick Oligny
Métro

Les artistes coiffeurs les plus influents du Québec se sont réunis à l'ABA (Allied Beauty Association) en début de semaine pour dévoiler les tendances actuelles. Voici un aperçu des styles qui émergent cette année.

Santé des cheveux
L'industrie de la coiffure prône l'importance «de préserver la qualité des cheveux», souligne Karine Jacques, directrice artistique internationale d'Oligo Professionnel. Les grandes marques de produits capillaires proposent même des traitements qui s'inspirent des soins pour le visage, comme la BB crème Pro-V Ultimate de Pantène. Il semble donc préférable de privilégier l'apparence générale des cheveux plutôt que son look.

Boucles et afro
Selon Shantal Dupon, ambassadrice de Style ID et propriétaire du Salon LeLaB, c'est le temps de remiser nos fers plats pour laisser place aux boucles sous toutes leurs formes. «L'afro d'un jour est une coiffure que vous verrez bientôt dans la rue, affirme-t-elle. On le reproduit avec un petit fer à friser et on s'inspire d'Hélène Bourgeois-Leclerc, qui assume ses boucle avec beaucoup de style.»

Tresses
Qu'elles soient parfaites ou négligées, les tresses ont été présentes dans plusieurs défilés ces dernières saisons, dont ceux de Valentino et Hervé Léger. Marie-Ève Metza, coloriste certifiée Redken, cautionne toutes ses variantes : «Qu'elle ait trois ou quatre branches, en queue de poisson ou en couronne, la tresse est actuelle. Gardez un peu de volume sur le dessus et le look sera parfait. La technique est facile à reproduire à la maison».

D'autres tendances à surveiller

- Les textures et le volume
  «Les rallonges ne servent pas qu'à donner de la longueur; nous pouvons aussi les utiliser pour augmenter le volume des cheveux courts», fait remarquer Karine Jacques.
- Les couleurs pastel
  Idéal pour les blondes qui osent. «Pour celles qui ont une base plus foncée, on utilise des couleurs plus vibrantes, comme le vert et le bleu, mais à petites doses», souligne Josée Renaud, artiste coiffeuse pour Joico.

Vos compétences, ça va?

Le talent et la créativité peuvent mener loin. Mais pour vraiment réussir, il faut constamment mettre à jour ses compétences. Vous voulez être en tête du peloton? Voici ce qu'il faut faire

Texte: Marissa Stapley-Ponikowski

Comme le disait si bien Oscar Wilde, on ne peut jamais être trop bien habillé, ni trop éduqué. Dans l'univers de la coiffure, si étroitement lié à la mode qui carbure aux tendances de l'heure, le changement peut être radical. On peut être *hot* un jour mais se retrouver loin derrière le lendemain. La raison? L'inspiration n'est peut-être pas au rendez-vous... Heureusement, c'est facile à régler. Voici quatre leçons à retenir pour rester dans la course.

1re leçon : Demander des renforts

Rossa Jurenas, artiste Essential Looks Schwarzkopf Professional, gagnante du Contessa Styliste canadien de l'année en 2006 et propriétaire du Studio Rossa, travaille en coiffure depuis 16 ans. Mais ça ne veut pas dire qu'elle sait tout. Il y a quelques années, elle se sentait perdue. « Je ne savais plus quoi faire », raconte-t-elle. Elle a alors écrit à Vivienne Mackinder, une styliste au firmament des stars, pour lui demander conseil. À sa grande surprise, elle lui a répondu tout de suite!

« Après cette leçon d'humilité, j'ai suivi une formation personnalisée avec Vivienne », poursuit-elle. Au cours de ce programme de trois jours, elles ont toutes deux ont étudié le portfolio de Rossa et discuté d'une nouvelle direction à prendre. « Lorsqu'on examine son travail sous un autre angle, ça aide à voir ce qui ne va pas ou ce qu'on doit améliorer », conclut Rossa.

COIFFURE : GARY HOOKER ET MICHAEL YOUNG, HOOKER & YOUNG; MAQUILLAGE : MEGUMI; STYLISME : THEA LEWIS; PHOTOS : JACK EAMES

2e leçon : Maîtriser les bases

Mise en situation : le succès est là mais on accroche encore sur des petits détails. Pour les nouvelles recrues, ce passage à vide peut être critique. « Après des mois de pratique, je me suis rendue compte que les coiffures hautes étaient mon point faible. C'était horriblement frustrant », raconte Nilofar Abbasi, apprentie au salon Valentino's Grande. Son patron lui a donné la chance de participer à un atelier ultra-spécialisé sur les coiffures hautes. « J'ai appris à les faire en 10 à 15 minutes, alors qu'avant il me fallait une heure, poursuit-elle. Et je me suis vraiment amusée. Plein de gens détestent suivre des cours, mais l'expérience a été très enrichissante pour tout le monde. Le prof avait un charisme incroyable. Je n'ai jamais autant ri de ma vie! »

3e leçon : Apprendre et réseauter

Amber George, directrice création du salon Verve Hair Lounge à Vancouver, se fait un devoir de suivre une enfilade de cours et de séminaires chaque année. Elle a récemment assisté à deux ateliers Shu Uemura, des événements de trois jours s'adressant exclusivement aux directeurs et aux équipes de salons Shu Uemura.

« Je mets de côté de l'argent et je réserve du temps à la formation avancée chaque année, révèle Amber. Pour moi, c'est très important de rester motivée et inspirée. » Il est important d'investir dans l'éducation pour une autre raison, dit-elle : « Dans tous les cours, il y a d'autres 'accros à la coiffure' avec qui jaser et réseauter, et ça, ça n'a pas de prix! »

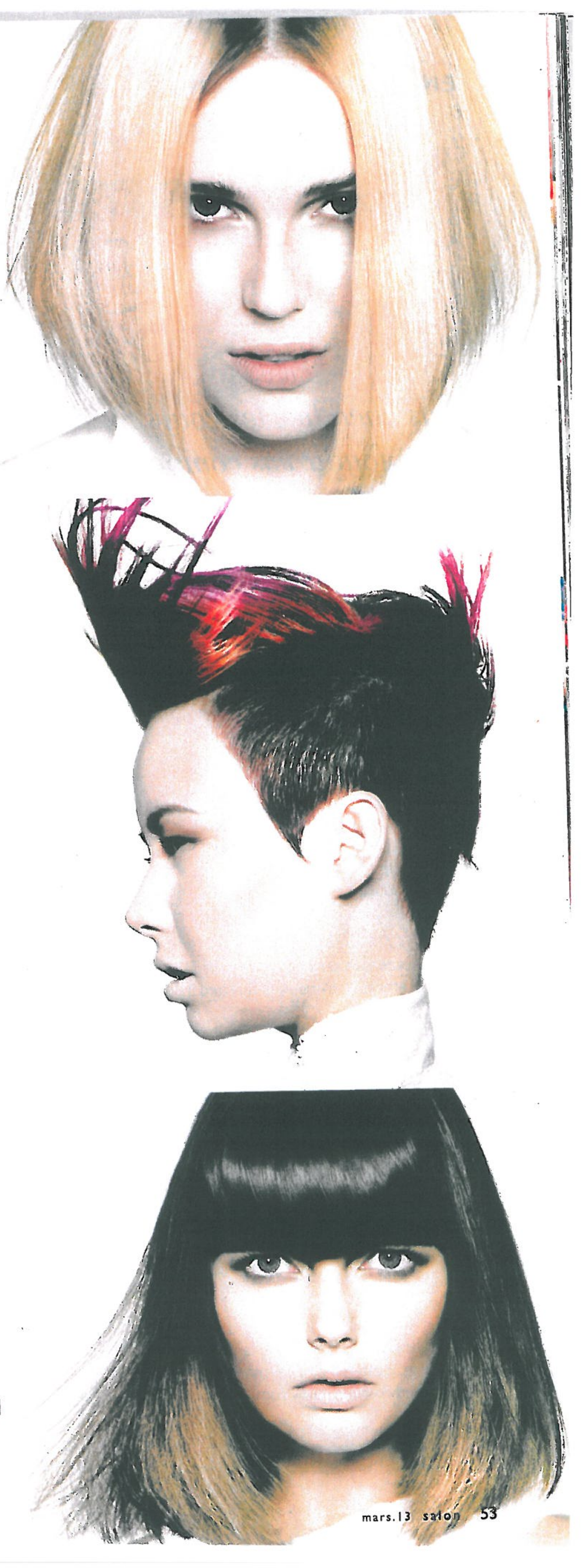
4e leçon: Ne jamais cesser d'apprendre

Peu importe votre poste au salon, vous ferez du sur-place sans formation continue.

Si vous êtes proprio, vous savez très bien qu'il en faut plus qu'être créatif. Stacey Staley, propriétaire du salon Blonde de Toronto et deux fois gagnante dans la catégorie Styliste multiculturel aux Contessa (2010 et 2013) a récemment participé au Cash Flow Camp de Inspiring Champions (IC), un séminaire intensif de trois jours à San Diego qui offre un encadrement et une formation d'affaires aux professionnels de salon pour les aider à augmenter les profits tout en diminuant le nombre d'heures de travail, de sorte à équilibrer leur vie.

« Je savais que mon entreprise évoluait et s'améliorait, mais je me sentais dans une impasse, raconte Stacey. J'avais des buts, mais je ne savais pas trop comment les atteindre et je ne disposais pas des bons outils. » À son retour de Californie, elle a tellement adoré l'expérience qu'elle a inscrit toute son équipe au Champ Camp de IC à Toronto en septembre dernier et a embauché une conseillère en affaires de IC.

« J'ai pris la bonne décision, révèle Stacey. Ma conseillère m'aide à atteindre mes buts et à gérer mes dépenses. En plus, elle fait d'excellentes réflexions lorsque je suis frustrée, inquiète, ou débordée. Je suis finalement en train d'élaborer un plan pour parvenir à atteindre mes objectifs de carrière. » S



AU DANEMARK, FINI LA DISCRIMINATION HOMME-FEMME CHEZ LE COIFFEUR !



Au Danemark, fini la discrimination homme-femme chez le coiffeur.



Publiée Le Jeudi 24 Janvier 2013 à 17:00

Il y a des pays qui ne plaisantent pas avec la discrimination. Ainsi, le Board of Equal Treatment danois (qu'on pourrait traduire comme la Commission pour l'Égalité) a été saisi après qu'une femme ait porté plainte, agacée à l'idée de payer toujours plus chez le coiffeur que les clients masculins. Résultat, il est désormais illégal d'invoquer le sexe pour établir la grille des tarifs.

Celles qui fréquentent les salons de coiffure connaissent la chanson. Pour une simple coupe, les femmes sont toujours moins bien loties que les hommes, avec des prix nettement supérieurs. C'est encore pire si la dame en question a les cheveux longs. Raison invoquée par les coiffeurs : une chevelure féminine nécessite plus de temps et de soins. Un fait établi que tout le monde a fini par accepter, bon gré mal gré. Tout le monde ou presque. Au Danemark, la donne a radicalement changé sous l'impulsion d'une femme, cliente d'un salon.

Cette danoise en a eu assez de payer plus que les hommes, alors même qu'elle arbore une coupe à la garçonne. Après tout, si la longueur est la même, pourquoi payer plus ? C'est la question dont a été saisi le Denmark's Board of Equeal Treatment, la Commission pour l'Égalité Danoise. Après examen minutieux du dossier, quoiqu'insolite, cette dernière a statué en faveur de la plaignante. En effet, établir des prix différents en fonction du sexe revient à en discriminer un. Un principe qui entre en violation avec le Denmark's Gender Equality Act, la loi pour l'égalité des sexes. Du coup, plus question pour les salons de coiffure danois de faire payer plus leurs clientes féminines, le prix devra désormais être en rapport avec la seule longueur des cheveux et les soins offerts.

A moins que toutes les Danoises ne portent les cheveux courts, on se doute qu'elles devront toujours payer un peu plus que les hommes. Mais une décision qui vise l'égalité des sexes est toujours bonne à prendre. A quand un telle décision en France ?

Envie d'autres news coiffure ? Découvrez combien de jours par an on consacre à nos cheveux et le nouveau lisseur qui marche sur cheveux secs comme mouillés.

COIFFURE

CULTE

CAMERON DIAZ, BRADLEY COOPER, KRISTEN STEWART : LES PIRES COIFFURES DU CINÉMA

INSPIRATION

ON GARDE OU ON JETTE : LES CHEVEUX ROSES

DÉFILÉS

MIU MIU ELIE SAAB ALLUDE

Marques Saisons
Villes Années
RECHERCHER

FOCUS